

## ABSTRACT

This research discuss about the marketing strategy of travel business in increasing the number of customers of PT. Roda Express Sukses Mandiri. The subject of this research is PT. Roda Express Sukses Mandiri. Meanwhile, the object of the research is the marketing strategy of travel business in order to increase the number of customers.

The data collection technique has been done by the researcher by conducting field research; it is the data collection technique which is done by studying the object of the research directly to gain the data which is related to the problems. The data collection has been done by using interview technique, observation and documentation. The data analysis technique has been conducted by using qualitative descriptive which is done by collecting, processing, and presenting the data.

The result of this research shows that PT. Roda Express Sukses Mandiri since its establishment in 2009 up to now has experienced significant enhancement every year and it can become one of business travels which is sturdy and able to compete new and travel companies which already exist. It shows that PT. Roda Express Sukses Mandiri in increasing the number of customers is done by using marketing strategy which is focused on price competition, product type, and service system which has been provided. From the service point of view, it shows that PT. Roda Express Sukses Mandiri provides 24 hours ticketing reservations both online and manual and the service that remains available during public holidays or holidays, PT. Roda Express Sukses Mandiri also provides interesting promotion which can gives advantage to the customers.

**Keywords:** *Marketing Strategy, PT. Roda Express Sukses Mandiri, Enhancement of Customer*

## INTISARI

Penelitian ini membahas strategi pemasaran bisnis travel dalam meningkatkan jumlah konsumen pada PT. Roda Express Sukses Mandiri. Subjek penelitian ini adalah PT. Roda Express Sukses Mandiri. Sedangkan objek penelitian adalah strategi pemasaran bisnis travel dalam meningkatkan jumlah konsumen.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan cara studi lapangan (*Field Research*) yaitu teknik pengumpulan data dengan jalan mempelajari secara langsung objek penelitian untuk memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan, mengolah dan menyajikan data.

Hasil penelitian PT. Roda Express Sukses Mandiri mulai sejak berdirinya pada tahun 2009 sampai saat ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun dan mampu menjadi salah satu usaha bisnis travel yang kokoh dan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan travel yang ada dan baru. ini menunjukkan bahwa, PT. Roda Express Sukses Mandiri dalam meningkatkan jumlah konsumennya menggunakan strategi pemasaran yang ditekankan pada persaingan harga, jenis produk, dan sistem pelayanan yang diberikan. dari sisi pelayanan PT. Roda Express Sukses Mandiri menyediakan pelayanan 24 jam pemesanan tiket secara online maupun secara manual serta pelayanan yang tetap tersedia saat hari libur nasional maupun libur hari raya, PT. Roda Express Sukses Mandiri juga mengadakan promo-promo menarik yang dapat menguntungkan konsumen.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, PT. Roda Express Sukses Mandiri, Peningkatan Konsumen.